

12. Розанова Н. Н. Коммуникативно-жанровые особенности храмовой проповеди // И.А. Бодуэн де Куртэнэ: Ученый. Учитель. Личность / Под ред. Т.М. Григорьевой. Красноярск, 2000. — С. 25—41
13. *Русский толковый словарь*. — М.: Изд-во Эксмо, 2006.
14. Салимовский В. А., Суслова К. С. Экспликация догмата как жанр догматической проповеди // Жанры речи: Сборник научных статей. Вып. 4. — Саратов, 2005. — С. 280—292.
15. *Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов* / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М.: Азбуковник, 2007.
16. *Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия* / ИЛИ РАН; Под ред. Г.Н. Складневской. — М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2001.

Статья рекомендована кандидатом филологических наук, доцентом Т. В. Ицкович

**Ю. С. Харитонова**  
магистрант 1 к. УрФУ

## **КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ВЕДУЩЕГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ТОК-ШОУ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕДАЧИ «ВОСКРЕСНЫЙ ВЕЧЕР»)**

Политическое ток-шоу на ТВ сегодня пользуется большой популярностью. Особая роль в таких передачах принадлежит ведущему, который должен умело дирижировать словесными партиями коммуникантов, используя определенные речевые стратегии и тактики для предотвращения открытого конфликта.

Материалом нашего исследования стало ток-шоу Владимира Соловьева — российского журналиста, теле— и радиоведущего: «Воскресный вечер» (от 31.08.14 г.; тема — политический кризис в Украине). Передача представляет собой двухчасовую дискуссию восьми (или более) приглашенных гостей. Цель ведущего — создание определенной «мы-общности», которая выступает против военного конфликта на Украине, за поддержку мира и оказание помощи пострадавшим от этого конфликта, поэтому В. Соловьев стремится организовать кооперативное общение. Особый характер коммуникативной ситуации определяет выбор ведущим соответствующих речевых тактик, что и стало предметом нашего анализа.

© Харитонова Ю. С.

Мы принимаем следующие рабочие определения опорных понятий. Коммуникативная стратегия — это план (вектор) речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных говорящим / пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели [Михайлова 2015: 75]. Речевая тактика — это конкретный речевой ход в процессе осуществления речевой стратегии, направленный на решение частной коммуникативной задачи конкретного этапа [там же].

Как было сказано, сверхзадачей Владимира Соловьева является обеспечение успешности коммуникации в потенциально конфликтной ситуации, поскольку мнения участников дискуссии могут принципиально не совпадать. Такая задача определяет главную коммуникативную стратегию, используемую ведущим, — кооперативно-фатическую стратегию (с использованием в ряде коммуникативных эпизодов и других стратегий). Фатическая стратегия речи предполагает отбор фактов и подачу их в определенном освещении, заставляет говорящего соответственно организовывать речь, обуславливает подбор и использование языковых средств [Тимонина, Чернова 2006: 47]. Выстраивая кооперативно-фатическую стратегию, Владимир Соловьев использует разнообразные тактики, как кооперативные, которые предполагают демонстрацию близости, общности, единодушия с коммуникативным партнером, так и конфронтационные, направленные на усиление позиции лидера и понижение статуса речевого партнера. Такое «тактическое варьирование» типично для речевого поведения ведущего ток-шоу «Воскресный вечер». Докажем это на примерах конкретных речевых эпизодов:

1) **Андрей Кокошин** (академик РАН, декан факультета мировой политики МГУ): *Так что я думаю / то что делает Порошенко / с одной стороны обвиняя нас/ с подачи прежде всего конечно Вашингтона // И то / что он делает / с одной стороны обвиняя нас / с другой / не переходя определенные черты / это является следствием очень тяжелого положения / в котором находится Украина и понимание этого положения / в известной степени // Вообще во многом / мы можем сказать / что Украина вообще находится в жутком тупике и накануне краха* (тактика подачи информации, цель — демонстрация своего мнения по поводу обсуждаемой проблемы; тактика негативной оценки, цель — формирование негативного образа современной власти).

**Владимир Соловьев:** *Мне / честно говоря / жалко Украину и украинский народ / при этом в широком смысле этого слова / потому что прозрение наступит / но какой ценой (тактика сочувствия, цель — моделирование положительного образа говорящего: ведущий разделяет его точку зрения). Я вот только одного не могу понять / кто с кем воюет / за что пытаются наказать Россию // Я не знаю ни одной военной операции / которая проводилась бы без поддержки авиации / ну то есть / вторжение как вторжение / как в кино показывают // Здесь НАТО говорит / тысяча солдат / источник Великобритании говорит / пять тысяч солдат / госпожа Мельникова из солдатских матерей говорит / пятнадцать тысяч солдат // так кто-то может сказать // Мы говорим / никого (тактика выражения непонимания, цель — провокация собеседника; тактика запроса информации, цель — регуляция коммуникативного взаимодействия).*

Тактики сочувствия и непонимания реализуются через конкретный речевой ход — использование прямой номинации своего чувства *жалко* ('о чувстве жалости, сострадания к кому-чему-н.' [СОШ 2008]) и реакции на поставленный в передаче вопрос *не могу понять* (*понять* — 'уяснить значение чего-н., смысл чьих-н. слов, поступков' [СОШ 2008]). Тактика запроса информации реализуется в форме вопросительной синтаксической конструкции: «кто с кем воюет, за что пытаются наказать Россию» / «так кто-то может сказать».

2) **Андрей Кокوشин:** *Я вот хочу остановиться на теме / которую уже коллеги подняли // Соотношение возможностей США и европейских / так скажем / членов НАТО // Евросоюз в военно-политическом отношении почти ноль // Это совершенно очевидно // Другое дело европейские члены НАТО // От них Соединенные штаты сейчас хотят добиться увеличения их вклада в НАТО // У Соединенных штатов очень тяжелая ситуация / поскольку им надо / как обещал Обама / переместить центр тяжести военных усилий в азиатско-тихо-океанский регион перед лицом Китая и опять обострилась ситуация на Ближнем Востоке // И / кстати / нельзя забывать / что и с Израилем у них очень не простые отношения // (тактика подачи информации, цель — демонстрация своего мнения по поводу обсуждаемой проблемы; тактика убеждения, цель — подчеркнуть свою правоту, тактика напоминания, цель — регуляция коммуникативного взаимодействия).*

**Владимир Соловьев:** *Обама добился вообще больших успехов / то есть он разрушил отношения с Израилем / показал фантасти-*

*ческую результативность в Ираке и Сирии / в результате чего появилось настолько страшное / вот такое абсолютное зло как ИГИЛ с которым Обама честно сказал / а мы не знаем, что с ним делать // у нас стратегии пока нет // Отчего американцы пришли в ужас //* (тактика выражения сарказма, цель — формирование негативного образа власти и демонстрация единства своего мнения и мнения коммуникативного партнера; тактика апелляции к фактам из современной политической жизни, цель — поддержать собеседника; тактика негативной оценки, цель — формирование негативного образа современной власти).

Тактика сарказма выражена в форме сочетания *большие успехи (успех — 'удача в достижении чего-н.'* [СОШ 2008]), употребленного в переносном смысле. Тактика апелляции к фактам выражена посредством перечислительного ряда определенных действий «добился», «разрушил», «показал», «сказал». Тактика негативной оценки представлена номинацией «ужас» (чувство сильного страха, доходящее до подавленности, оцепенения. [СО 2008]).

3) **Иван Макушок** (пресс-секретарь госсекретаря Союзного государства России и Белоруссии): *Я хочу договорить // Вот смотрите // Мы говорим об Украине // Опрос показывает / что более 50% населения выступает против АТО // И если говорить о НАТО / то там же есть люди / которые против этого / не смотря на то / что они получают информацию только по тем каналам СМИ / которые //* (тактика подачи информации, цель — демонстрация своего мнения по поводу обсуждаемой проблемы; тактика апелляции к данным опроса, цель — аргументация своей позиции).

**Владимир Соловьев:** *Проводить в условиях массовой пропаганды/ де-факто военного положения / проводить опрос / тем более в условиях жесткого контроля за его подсчетами / мы понимаем / кому можно верить* (тактика поддержания темы, цель — повышение статуса коммуникативного партнера; формирование негативного образа современной власти; тактика создания «мы-общности», цель — демонстрация единства с участниками дискуссии).

Тактика поддержания темы выражается в повторе лексемы *опрос*, номинирующей тему. Тактика создания «мы-общности» иллюстрируется использованием местоимения *мы* и глагола *понимаем*, стоящего в форме 1-го л. мн. ч.).

Проведенный анализ показал, что в речевом поведении ведущего ток-шоу «Воскресный вечер» преобладают кооперативные тактики,

которые предотвращают конфликт. Каждая тактика направлена как на реализацию контактоустанавливающей функции в общении с участниками дискуссии, так и на «невидимую обратную связь с телезрителем» [Дорфман 2013: 64]. Организуя поток информации и регулируя коммуникативное взаимодействие, используя для этого определенные речевые ходы, Владимир Соловьев настраивает участников на ведение конструктивной кооперативной беседы, облегчает восприятие информации для телезрителей. Тактики кооперации / солидаризации помогают ведущему укрепить свой авторитет, войти в сферу доверия как зрителей, так и участников передач. Конфронтационные тактики нацелены на формирование негативного образа оппонента в сознании телезрителей, что, в свою очередь, закрепляет за ведущим позицию коммуникативного лидера.

Таким образом, благодаря умело смоделированному речевому поведению Владимиру Соловьеву удастся успешно реализовывать себя на телевидении, поддерживать имидж независимого и ратующего за правду журналиста.

### Использованная литература

1. Дорфман Т. В. Фатические стратегии и тактики как коммуникативно значимые, содержательно ориентированные единицы общения политдискурса // СМИ и общество: коллективная монография / под ред. О.Е. Черновой. — Магнитогорск: МаГУ, 2013.
2. Жилавская И. В. Медиаповедение личности. Обретение смысла [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2011. Вып. № 2. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/786>.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [монография]. — Омск: Омск. Гос. ун-т, 1999.
4. Михайлова О. А. Лингвокультурологические аспекты толерантности: [учеб. метод. пособие]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015.
5. Тимонина И. В., Чернова О. Е. Коммуникативные стратегии и тактики: учебно-методический комплекс. — Магнитогорск: МаГУ, 2006.
6. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. — 4-е изд., доп. — М.: Азбуковник, 2008.
7. Шалина И. В. Взаимодействие речевых культур в диалогическом общении: аксиологический взгляд: дис. ... канд. филол. наук; Урал. гос. ун-т. — Екатеринбург: 1998.

Статья рекомендована доктором филологических наук, профессором О. А. Михайловой